

# „Außenwerbung entkommt man nicht“

Franz Solta führt als Nachfolger von Karl Javurek die Geschicke der Gewista. **medianet** traf ihn zum ausführlichen Antrittsinterview.

... Von Dinko Fejzuli

Seit dem 1. Jänner lenkt der vormalige Infoscreen-Geschäftsführer Franz Solta die Geschicke des heimischen Außenwerbers Gewista.

Mit Jahresanfang übernahm er damit von seinem Vorgänger Karl Javurek, der das Unternehmen über 20 Jahre überaus erfolgreich führte, ein mehr als wohl bestelltes Haus. Vor allem in den letzten Jahren vermochte es Karl Javurek mit vielen Innovationen und klugen, in die Zukunft gerichteten Schritten, die Gewista gut nach vorn zu entwickeln.

Nun führt mit Franz Solta jemand das Haus, der als bisheriger Infoscreen-Geschäftsführer von einem Tochterunternehmen kommt, das sich vor allem das Thema *digitaler Content* auf die Fahnen geschrieben hat, was mit Blick auf die weitere Entwicklung der Gewista bei der Wahl des neuen CEO vermutlich kein Zufall war.

Trotzdem ist und bleibe das Unternehmen als Gewista „vor allem ein klassischer Außenwerber“, aber, so der neue CEO Solta, eben mit etlichen wendigen Beibooten, um neue Felder gut erkunden und besetzen zu können. **medianet** traf ihn zu seinem allerersten Antrittsinterview in der Branche.

**medianet:** Herr Solta, Sie sind seit gut zwei Monaten der neue Gewista-CEO. Womit haben Sie Ihren Eigentümer überzeugt, der richtige Mann für diese Position zu sein?

**Franz Solta:** Diese Frage ist gar nicht so leicht zu beantworten, aber es ist vermutlich schon so, dass ich mit Infoscreen eine neue Mediengattung entwickelt habe, die damals, als ich sie übernommen habe, ein – wie man heute sagen würde – Start-up war und nun sicherlich wegweisende Dinge macht, die für die Zukunft der Außenwerbung nicht unerheblich sein werden.

**medianet:** Sie haben sich also mit Infoscreen empfohlen?

**Solta:** Ich habe mich hier nicht mit Infoscreen beworben, aber natürlich ist Infoscreen mein Track-Record im Konzern. Die vielen Bereiche, die ich bei Infoscreen entwickelt habe – ob IT, Personal, Sales-Kennzahlen, das Führungsthema, Skillmanagement, Performancemanagement, Dashboards –, waren natürlich auch Themen bei den Hearings und wurden relativ genau abgefragt vom Headhunter. So denke ich also, dass Infoscreen sicher förderlich war. Die Summe dessen, weshalb man mich aber letztendlich ausgesucht hat, kann nicht ich definieren, da müsste man den Eigentümer fragen. Ich gebe auch gern zu, dass ich natürlich überrascht war, so weit gekommen und am Ende auch genommen worden zu sein.

**medianet:** Was war Ihre Motivation, sich zu bewerben?

**Solta:** Wenn man sich bewirbt, hat man ja oft das Problem, in der exakt betreffenden Position noch nicht gearbeitet zu haben und damit oft auch ein Glaubwürdigkeitsproblem. Jetzt komme ich nachweislich aus der Out-of-Home-Branche und

da nochmals aus einer digitalen Ecke, die man als Zukunft bezeichnet – und so waren die Karten ganz gut, eben kein Quereinsteiger zu sein, sondern quasi ein bisschen aus der Zukunft zu kommen. Dabei muss ich aber zugeben, dass ich aus meiner Position als Infoscreen-Geschäftsführer die Gewista

Das ist natürlich ein sehr vielfältiges Bild bei der Gewista, weil wir hier unheimlich viele Bereiche und viele Spezialisten haben. Und das macht auch die Spannung dieses Jobs aus, nämlich aus diesen diversen Dingen Neues zu entwickeln und das enorme Potenzial der Gewista weiter zu treiben.



© Gewista/Andreas Tischler

natürlich lange nicht so gut gekannt habe, wie ich sie in den letzten zwei Monaten in all ihren Facetten kennenlernen konnte.

**medianet:** Trotzdem kannten Sie das Unternehmen auch schon vorher ganz gut ...

**Solta:** Natürlich, aber als Geschäftsführer einer Tochtergesellschaft hat man immer einen bestimmten Ausschnitt, den man sieht, nämlich sein eigenes Geschäftsfeld, und jetzt als Gewista-CEO sehe ich das Big Picture, das sich aus einzelnen Mosaiksteinen zusammensetzt.

## Gewista-Beteiligungen

### Auszüge

Infoscreen Austria	100%
Kultur:Plakat	100%
Megaboard	100%
USP WerbegesmbH	74,9%
Progress Außenwerbung Sbg	51%
Progress Werbeland OÖ	51%
ISPA Werbegesellschaft mbH	51%
ARGE Autobahnwerbung	100%
R&C Plakatforschung & -kontrolle	49%
Ankündiger Stmk.	24,9%

Quelle: www.gewista.at